



**You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Hipertekst w perspektywie lingwistycznej, komunikacyjnej i kulturowej

Author: Urszula Żydek-Bednarczuk

Citation style: Żydek-Bednarczuk Urszula. (2012). Hipertekst w perspektywie lingwistycznej, komunikacyjnej i kulturowej. W: M. Kita, M. Ślawska (red.), "Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 1, Stan wiedzy i postulaty badawcze" (S. 167-177). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIWERSYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Rozdział jedenasty

Hipertekst w perspektywie lingwistycznej, komunikacyjnej i kulturowej

Urszula Żydek-Bednarczuk

Wydział Filologiczny
Instytut Nauk o Kulturze
Zakład Komunikacji Kulturowej

Hipertekst i jego definicje

Hipertekst otwiera nowe spojrzenie na dyskusje o teoretycznych podstawach badania tego zjawiska. Oczywiście, nowe media nie pozwalają na analizy w zakresie autonomii danej dyscypliny. Niewystarczające są również badania interdyscyplinarne. Dzisiaj badania wymagają podejścia transdyscyplinarnego, które zakłada synkretyzm. Jednocześnie stanowią wyzwanie dla badacza. Artykuł ma na celu poszukiwanie nowej metodologii do badania hipertekstu. Przedmiot badawczy jest zjawiskiem z pogranicza lingwistyki, komunikacji, socjologii, pedagogiki i kulturoznawstwa. Poszukiwania dotyczą więc obszarów badań, w których pytania przenosimy na inne dyscypliny naukowe, a odpowiedzi poszukujemy, wykorzystując różne konteksty badawcze. W ten sposób lingwistykę tekstu stosujemy do badania związku z relacją tekst klasyczny — e-tekst (MACIEJEWSKI 2009). W analizie komunikacji korzystamy z interaktywności i zasady złożonego działania językowo-komunikacyjnego (REHM 2007, SCHRÖDER 2003). W badaniach kulturoznawczych, uwzględniających, że media tworzą nową kulturę i zmieniają myślenie o człowieku, analizujemy tożsamość oraz efekty nowej kultury czytania i pisanie (Gwóźdź 2004; Miczka 2002). W pedagogice, również wymagającej nowej kompetencji medialnej, zwracamy uwagę na edukację medialną. W kulturze medialnej podstawową rolę odgrywają kategorie: hipertekstualność, interaktywność i wirtualność.

Istnieje wiele koncepcji i definicji hipertekstu. Można patrzeć na niego z pozycji technologii informatycznych — wtedy hipertekst jest koncepcją

i zbiorem potencjalnych możliwości łączenia informacji w określoną strukturę. Mnie interesuje hipertekst jako konkretna realizacja struktury hipertekstowej zawierająca informacje — treści w określony sposób ustrukturyzowane. Hipertekst określa się jako nielinearną lub multilinearą koncepcję organizacji i prezentacji określonych treści (JAKOBS 2003: 23). Hipertekst bywa traktowany jako zbiór połączonych ze sobą elementów, a linki stanowią możliwe do realizacji drogi lektury hipertekstu (BOLTER 1997: 43). Dla T.H. NELSONA (1972) wyznacznikami hipertekstu są: nielinearność, istnienie węzłów (to jednostki tekstu), czyli podstawowych części składowych, i odsyłaczy. Hipertekst nie ma tak naprawdę końca, jest wielowątkowy i wielosegmentowy. Prezentuje wiedzę i umożliwia jej wielowątkową percepcję. A. STORRER (1999: 35) definiuje hipertekst jako system nielinearny, ale zorganizowany. Jego zdaniem jest on ograniczony pod względem funkcjonalnym, tematycznym i instytucjonalnym. Stanowi sieć złączonych modułów służących określonemu celowi komunikacyjnemu i posiadających swój temat. W polskiej literaturze zwraca się uwagę na nielinearność hipertekstu, nieskończoność i wielowątkowość. R.W. Kluszczyński przyjmuje następującą definicję hipertekstu:

[...] to wielopoziomowa i wieloelementowa struktura (przybliżonym modelem dla niej jest komputerowa baza danych), która nie determinuje, ani też nie uprzywilejowuje żadnego kierunku analizy i interpretacji (*resp.* rozumienia). [...] Hipertekst nie jest przedmiotem percepcji, ani doświadczeniem odbiorcy. Jest [...] kontekstem tego doświadczenia. Możliwości technologiczne (właściwości używanego medium) pozostające do dyspozycji artysty tworzącego hipertekst wyznaczają — jako standardową — sytuację odbiorczą, w której użytkownik hipertekstu stawiany wobec kolejnych konieczności dokonania wyboru i aktualizacji wyselekcjonowanych w ten sposób elementów wykorzystuje jedynie niewielką część potencjalnych szans. Suma tych wszystkich wyborów wyznacza dzieło — wspólny wytwór artysty (dostarczył tworzywa oraz reguł wyboru) i odbiorcy (dokonał selekcji i stworzył strukturę dzieła). Chciałoby się rzec, iż interakcja z hipertekstem zamienia go w tekst. Finalnym jej rezultatem jest bowiem zawsze zamknięta, ostateczna struktura — rezultat dokonanych wyborów. Stwierdzenie takie byłoby jednak błędne. Odbiorca — użytkownik hipertekstu, który percypuje rezultat swej interakcji — dzieło, doświadcza zarazem swoich własnych wyborów, jak również — ich kontekstów (software, interfejsy, aranżacja przestrzenna, etc.). Gdy w wybranym momencie uznaje swą nawigację za ukończoną, a jej rezultat za finalne dzieło, doświadcza także (mogąc to sobie także uświadomić) należącą do istoty sztuki interaktywnej niedokończoność, nieostateczność.

Hipertekst jest nowym rodzajem makrotekstu, raczej e-tekstem, którego percepcja, rozumienie, tworzenie wymaga określonych kompetencji medialnych (Miczka 2006: 17–48). Treści prezentowane są modułowo, uzależnione od działań użytkownika, a tym samym klasyczne wyznaczniki tekstowości ulegają zmianie. Hipertekst występuje na stronach WWW, czyli w plikach posiadających jednoznaczny adres URL (Uniform Resource Locator), do którego odwołuje się zdalny komputer. Za pomocą specjalnego programu plik ten zostaje ukazany w odpowiednim formacie na ekranie i przybiera postać dokumentu HTML. Każda struktura hipertekstowa składa się z węzłów, czyli dokumentów HTML. Jeżeli wybieramy stronę WWW dla Uniwersytetu Śląskiego, to ma ona stronę główną *home page* i podstrony. Składa się więc z modułów (węzłów) połączonych odsyłaczami (linkami). Hipertekst jest zatem podstawową strukturą każdej strony WWW. Przybiera postać złożonego systemu multimedialnego. Wymaga w badaniach zastosowania metodologii wielu dyscyplin. Ta wielość czyni z hipertekstu przedmiot transdyscyplinarny.

Hipertekst = ∞ e-tekstów

Na początku stawiamy tezę, że hipertekst składa się z nieograniczonej liczby e-tekstów. Zastanówmy się, jaka jest różnica między tekstem klasycznym a e-tekstem i sposobem jego badania. Przede wszystkim e-tekst nie zawiera wszystkich wyznaczników tekstualności, jakie ma klasyczny tekst. Ten ostatni posiada kohezję, koherencję, temat z różnymi sposobami rozwinięcia: narracyjnym, opisowym, eksplikacyjnym i argumentacyjnym, sytuację i intertekstowość (Żydek-Bednarczuk 2005). Pierwsza różnica polega na tym, że tekst ma określoną postać fizyczną, a e-tekst jest zawsze wirtualny. Tekst elektroniczny funkcjonuje jedynie jako fragment kodu. Na ekranie otrzymujemy wirtualną kopię. Wirtualność wnosi całkowicie nowy element do cyfrowego świata i cyfrowego tekstu. Jest nim elektroniczny *lonking* rekonfigurujący tekstualność (Delany, Landow 2008: 90). Tekst fizyczny czytamy w określonym miejscu, tekst elektroniczny wymaga komputera. Kolejna różnica dotyczy łatwości manipulowania e-tekstem: skracania, kopiowania, zmieniania. To jest — jak mówi Michael Heim (1993: 150) — „elektroniczna tekstualność, która uwalnia pismo z ograniczeń technologii opartej na druku”. Kolejna różnica dotyczy innej relacji do tekstu w porównaniu z tekstem klasycznym. System druku miał stabilną hierarchię — autor, tekst, selekcja, druk, obieg kulturowy. Obieg elektroniczny skracą tę drogę. Możemy zamiast całego tekstu skorzystać z menadżera tekstu bądź wyszukiwarki i otrzymać wiele artykułów na dany temat, pozyskać wybrane aka-

pity bądź przypisy istotne dla naszego projektu. Manipulowanie, rozpraszanie, ponowne zestawianie elementów cyfrowych tekstów (DELANY, LANDOW 2008: 92, 95) — to nowe konwencje przynależne do e-tekstu. Gdy wyznaczników tekstualności klasycznego tekstu nie można przenosić do e-tekstu, wówczas zmianie ulega też analiza za pomocą wyznaczników. Różnica między tymi typami tekstów dotyczy spójności. Klasyczną kohezję zastępują linki, które tworzą elementarną strukturę ukazującą hipertekst jako femiczną sieć znaczących relacji. Ustalają określony układ relacji dany czytelnikowi, wyznaczają drogi poruszania się po sieci, podpowiadają relacje, ale zarazem kontrolują dostęp do informacji. Występuje wśród nich spójność implikowana: jeżeli A, to B, jak i koniunkcja: a i b, ale też równoważność: $A = B$. To właśnie linki pozwalają montować teksty z kawałków, uzupełniać je i zmieniać. Serfujemy lub nawigujemy. Dzięki kliknięciu w dany wyznaczony element poruszamy się po e-tekstach w sieci. Są więc linki wyznacznikiem spójności o charakterze kohezyjnym i koherencyjnym. Niemalą rolę gra tu asocjacyjność czytelnika, będąca wynikiem jego własnych zdolności dostrzegania i pojmowania związków. Kiedy indziej znaczenie mają przyswojone konwencje, a czasem sam dizajn zaprojektowany przez autora. Linki to „drogi” w sieci, dzięki którym poruszamy się po hipertekście. Najczęściej mamy do czynienia z gotowymi linkami — w fazie pierwszego czytania, ale sami również możemy być autorami kolejnego połączenia i włączenia się w sieć. Link zmienia sposób, w jaki materiał zostaje odczytany i rozumiany. Dzieje się tak przez samo zestawienie dwóch skojarzonych tekstów, np. *insygnia rektorskie* i *konferencje*, częściowo zaś skutek związku, jaki implikuje i wyraża link. Jednocześnie linki są jednokierunkowe.

Kolejny problem jawi się w przypadku koherencji, czyli spójności sensów. Skłonna raczej jestem mówić o globalnej koherencji zależnej od asocjacji czytelnika i jego potrzeb. W tekście klasycznym mamy temat i remat czy propozycję, a w e-tekście jest temat i połączenie — link — jako przejście do następnego tematu. Tekst można proceduralnie opisać jako liczbę jego możliwych połączeń pomiędzy zbiorami danych. Inaczej wygląda też sposób rozwinięcia tematu.

Przeanalizujmy stronę WWW Uniwersytetu Śląskiego, wykorzystując wyznaczniki elektronicznej tekstualności, która ujęta jest w linkach i e-tekstach stanowiących moduły (węzły informacyjne). Do badania wykorzystujemy elementy lingwistyki tekstu i koncepcję złożonego działania. Uzupełniamy je o refleksję kulturoznawczą i pedagogiczną.

Strona ma charakter internetowej autoprezentacji uniwersytetu. Na pierwszej stronie mamy podział zamykający się w strefie: kandydat, student, absolwent, pracownik (górne horyzontalne miejsce w postaci linijki), linki zaś pozwalają nawigować do dalszych e-tekstów. Lewa strona to sfera

rzeczy, reprezentowana przez menu i obejmująca: władze, władze administracyjne, o uczelni, nauka, struktura, książka adresowa, historia UŚ, prawo i projekty. *Home page* to strona główna, tytułowa WWW. Zawiera więc przegląd — menu i linki do poszczególnych tekstów, obszar informacji podzielony na sektory: informacje, galeria, aktualna informacja, nadchodzące wydarzenia, które powtarzają część informacji, i blok informacji publicznych zawierający tematy z zakresu ogólnego, np. *oferty pracy, z życia naukowego i kulturalnego: konferencje, Śląska Kawiarnia Naukowa*.

STREFA: strona główna | kandydat | student | absolwent | pracownik

UNIWERSYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH

Szukaj

Inauguracja XLIII roku akademickiego 2010/2011
Dodane przez as, 11 września 2010 16:28.

Tegoroczna, XLIII inauguracja roku akademickiego 2010/2011, rozpocznie się w piątek, 1 października 2010 r. o godz. 11.00 w Teatrze im. Adama Mickiewicza w Cieszyźnie.

JM Rektor UŚ prof. zw. dr hab. Wiesław Baniś oraz Senat Uniwersytetu Śląskiego zapraszają społeczność akademicką do udziału w uroczystości.

drugi nabór

Fotoreportaże

Uniwersytet Śląski z ofertą edukacyjną w Kielcach

Spotkanie międzynarodowego zespołu badawczego projektu SPHERE

Teraz w Uczelni

Spotkanie międzynarodowego zespołu badawczego projektu SPHERE

XXVI Osobliwości Świata Fizyki

Nadchodzące wydarzenia

Konferencja prasowa dotycząca inauguracji 43. roku akademickiego

Inauguracja XLIII roku akademickiego 2010/2011

JM Rektor prof. zw. dr hab. Wiesław Baniś uczestnikiem uroczystych obchodów „65-lecia Łodzi Akademickiej”

Prof. dr hab. Andrzej Kowalczyk uczestnikiem posiedzenia Uniwersyteckiej Komisji Programów Międzynarodowych

Skróty

Już dzisiaj odwiedź nową stronę: www.diaszkol.us.edu.pl

Konferencje

Konkursy różne

Studia podyplomowe

Zaprzyjaźnione uczelnie

Internetowa Poradnia Językowa

Publikatory

f, x, t, y

Copyright (c) 2001-2010 Uniwersytet Śląski w Katowicach. Wszelkie prawa zastrzeżone.

webmaster

Rys. 1. Strona WWW Uniwersytet Śląski

Niektóre części zawierają dodatkowy link, np. w postaci kalendarza. Kliknięcie w aktywną część powoduje nawigowanie do kolejnego tekstu będącego fragmentem hipertekstu. Prototypowa strona uniwersytecka ma postać makrostruktury i zawiera liczne komponenty.

TABELA 1

Komponenty strony WWW UŚ

Komponenty	Przykłady
Linki funkcjonalne do hipertekstu: ■ interfunkcjonalne linki ■ ekstrasfunkcjonalne linki	Dotyczą odsyłaczy do stron związanych z <i>home page</i> uniwersyteckim — strona główna Dotyczą odsyłaczy do stron np. wydziałów
Nazwa, logo,	Uniwersytet Śląski UŚ + ikona
Treści — wiadomości	Zawierają podstawowe informacje bieżące
Obrazy, wideo, formy	Zawarte w tekstach częściowych, dizajn
Komponenty funkcjonalne	E-mail, szukaj,
Formy fatyczne	Pozdrowienia, powitania
Metainformacje	Dotyczą pojedynczych modułów hipertekstu
Aktualne wiadomości (zmienne)	

Hipertekstu nie da się analizować tylko lingwistycznie. Wymaga on badań nad komunikacją, a więc oglądu interaktywności i złożonego działania komunikacyjno-językowego. Tekst traci swoją samodzielną pozycję i podporządkowany zostaje zasadzie ciągłej aktualizacji. Sam może być programowany i przekształcany zgodnie z algorytmem programu komputerowego. Podobna uwaga dotyczy segmentacji i specjalizacji tekstów, które są uzależnione także od programu. Działania te mają charakter częściowy, sekwencyjny ze strony użytkownika, ale nie ze strony samego hipertekstu. Zasadą jest tutaj działanie poprzez tekst do tekstu, a następnie poprzez wybrany tekst do kolejnego tekstu, np.:

Działanie tekstem: Menu **poprzez** Uniwersytet **poprzez** O Uczelni: **a następnie** *Insygnia Rektora, Herb, logo i barwy UŚ, Misja, Jednym zdaniem, Fakty i liczby, Filmy o UŚ.*

Działania użytkownika nie muszą być sekwencyjne. Relacja łącząca poszczególne części zależy wyłącznie od wyboru użytkownika. Konieczne jest wystartowanie z poziomu pierwszego Menu, które otwiera dalsze e-teksty, np. *Uniwersytet*, i poprzez niego do kolejnego e-tekstu — *O Uczelni*, dalej wybory są dowolne. Mamy więc cały czas relacje poprzez dalsze węzły, ale kolejność powstawania tekstu nie jest ustalona. Relacje między działaniami na hipertekście mogą dotyczyć: jednego węzła, ale też występować między węzłami w postaci ukrytej, rzeczywistej i nierzeczywistej. Dyskusja na temat następstwa działań doprowadziła do obserwacji

budowy strukturalnej i semantycznej teksów cząstkowych. Należy dodać, że patrzymy na kolejną odsłonę tekstu statycznie — odczytujemy treść, i dynamicznie — konstruujemy tekst oraz mamy możliwość ingerowania w tekst i dokonywania jego zmiany. Warto w tym miejscu popatrzeć na e-tekst lingwistycznie. Przede wszystkim występują proste propozycje w postaci tematów. Teksty dłuższe są najczęściej opisami, pozostałe teksty to krótkie wiadomości, często jednozdaniowe. Panuje spójność globalna — poprzez moduł i temat tekstu, temat zaś buduje się poprzez słowa kluczowe (SZCZĘSNA 2009: 68). Ta illokucyjność wynika z samego tematu i funkcji tekstu, ale też interaktywności. Często tekst ustępuje prezentacji graficznej — takie zjawisko występuje np. w module *Uczelniana sieć komputerowa*.

Poszczególne hasła — tematy są aktywne i pozwalają nawigować do kolejnych węzłów prezentacyjnych. Tematem jest tutaj hasło na stronie *home page*, które jest powtórzone po kliknięciu w dany link. Moduł tekstowy zawiera kolejne e-teksty. Zanalizujmy wybrany moduł *O Uczelni*. Już sam temat wyznacza obszar tematyczny, który wypełnia się przez kliknięcie kolejnego linku. Mamy więc podstrony: *Insygnia Rektora* i kolejne podstrony: *Herb, logo i barwy UŚ*, *Misja*, *Jednym zdaniem*, *Fakty i liczby* oraz *Filmy o UŚ*. Jeżeli przyjmujemy definicję koherencji jako spójności sensów, to w analizowanym temacie — *O Uczelni* występuje ona zarówno eksplicitnie, jak i impliktywnie. Problemem staje się działanie użytkownika, który surfując po sieci, wybiera różne tematy z wykorzystaniem różnych połączeń (linków). Mamy wówczas temat globalny, np. *O Uczelni*, który ma charakter eksplicitny. Warto również przyjrzeć się rozwinięciu tematycznemu w e-tekstach. Przede wszystkim temat jest powtórzony, a układ propozycji ogranicza się do podania najważniejszych informacji. W module *O Uczelni* przewagę mają struktury opisowe — to oczywiste, zastosowano tu bowiem gatunek autoprezentacyjny, ale występują też tabele, schematy, zestawienia statystyczne. Ich obecność została podyktowana skrótowością i ekonomicznością e-tekstu. Na stronach WWW — prezentacja — najczęściej występują rozwinięcia tematyczne o charakterze deskrypcyjnym i argumentacyjnym. Cechuje je skrótowość, uboga struktura i lakoniczność. Zasadę ekonomiczności wykorzystano na podstronie *Jednym zdaniem*. O narracyjności zaś można mówić w przypadku użytkownika wybranych e-tekstów. Jest to „sieciowa narracja kreowana w sposób każdorazowo inny, przy czym otwierane strony łączyć mogą związki przyczynowo-skutkowe, relacje skojarzeniowe, zasada przypadkowości bądź po prostu zaciekania. Dyskurs sieciowy przekształca tekst w działanie i proces — także w sferze jego formalnej organizacji” (SZCZĘSNA 2009: 68).

Kolejna zasada w kompozycji tekstu dotyczy występowania obrazów i ikon. J.D. BOLTER (2008: 119—156) twierdzi, że nie ma e-tekstu bez obrazu. Do obrazów dołączone zostaje kolejne medium, jakim jest film (filmy o uni-

wersytecie i wydziałach). Ekranem nie rządzi już zatem słowo, jak to było w tradycyjnym tekście, ale:

ekranem rządzi grafika, natomiast słowa służą wyłącznie jako tytuły lub pomagają identyfikować klawisze. W gruncie rzeczy zastosowanie multi-mediów cechuje właśnie ten klawiszowy styl. Przyciskanie klawiszy lub klikanie na mapy obrazów wywołuje nowe obrazy lub uruchamia wideo, a ów nieprzerwany łańcuch efektów wzrokowych i słuchowych zajmuje miejsce dyskursywnej piśmienności

BOLTER 2008: 150

Rozwinięcie tematyczne nie ma więc logiczności, ciągłości, ale jest dynamiczne i heterogeniczne przez nagromadzenie słów, schematów, obrazów, z wykorzystaniem do tego innych mediów. Taki tekst musi być fragmentaryczny, porwany, porozrzucany. I to nie tylko z winy użytkownika, ale także z powodu istoty samego e-tekstu. Tekst klasyczny miał swoją kompozycję, funkcje i pozycje strategiczne, np. tytuł, akapit. W hipertekście — przy zachowaniu w jego definicji otwartości i nieskończoności — mamy do czynienia z decentracją tematu i kompozycji. Centrum tekstu bez przerwy się przemieszcza.

Doświadczenie hipertekstu jako systemu nieskończenie decentrowanego i recentrowanego wynika częściowo z faktu, że przekształca on każdy dokument posiadający więcej niż jeden link w zmienne centrum, prowizoryczną mapę okolicy, którą można się posługiwać, aby zorientować się i zdecydować, dokąd podążać dalej.

LANDOW 2008: 219

Proponuję więc dla hipertekstu i jego kompozycji wprowadzić pojęcie kłącza z pewnymi zastrzeżeniami (por. uwagi LANDOW 2008: 226). W miejsce strukturalnej organizacji klasycznego tekstu wchodzi rozgałęzione struktury, które nie mają początku ani końca, ale mają *milio*, z którego wyrastają. U podstaw kłącza jest antygenealogia, stąd tak trudno ustalić, jakie gatunki mieszczą się w hipertekście. „Rozważając poniżej hipertekst będziemy nieustannie natykać się na te same cechy, które ma kłącze” (DELEUZE, GUATTARI 1987: 8, 21). Hipertekst „posiada wiele wejść i wyjść [...], ucieleśnia coś bliższego anarchii niż hierarchii oraz łączy jakikolwiek punkt z każdym innym, często łącząc zasadniczo różne rodzaje informacji oraz kwestionuje to, przez co rozumiemy oddzielne teksty drukowane oraz oddzielne gatunki i tryby” (LANDOW 2008: 224).

Wraz z pojawieniem się hipertekstu zmieniają się sposób łączenia jednostek tekstu oraz struktura przekazu. Mamy tu różnorodne elementy znakowe: językowe, ikoniczne, muzyczne, jak i dowolne stylistycznie i medialnie. Stąd teksty umieszczane na stronach WWW są polisemio-

tyczne, multimedialne, wielowariantywność (różne warianty semiotyczne). Taka hybrydyzacja powoduje, że obok tekstów zawierających informacje mamy też teksty dezinformacyjne.

Wielość e-tekstów sprawia, że występują trudności z określeniem klasy, gatunku tekstu. Sieć radzi sobie z tym problemem, wprowadzając homogenizację struktury formalnej całych klas przekazu. Dotyczy to również stron WWW — prezentacja. Podobne w treściach i strukturze są strony główne innych uniwersytetów, jak i strony prezentacyjne przedsiębiorstw czy firm.

Elementy analizy tekstu sieciowego pokazały, że lingwistykę tekstu możemy częściowo wykorzystać jako narzędzie metodologiczne do badania spójności, tematu, sytuacji, ale już sam przedmiot działań — e-tekst — stanowiący część hipertekstu jest inny. Do jego badania nie wystarczy sama lingwistyka tekstu. Musi być połączona ze złożonym działaniem, a więc analizą pragmatyczno-medialną. Metodologia ta przynależy do dziedziny komunikacji medialnej i komunikacji kulturowej. Mamy więc w sieci tekst, który jest wielosemiotyczny, wariantywny, wielowarstwowy, niestabilny, o dwutorowości otwierania i zamykania, a więc niegotowy, uprzestrzenniony, hybrydyczny, ale w wybranych organizacjach homogeniczny, semiotycznie perswazyjny. Analiza takiego tworu wymaga więc transmetodologii. Te przeobrażenia w sposobach badania e-tekstu jako części hipertekstu mają również swój wydźwięk kulturowy: wymagają od użytkownika kompetencji medialnej.

W globalizującym się świecie Internet wytwarza swoisty typ kultury medialnej, którego cechami charakterystycznymi są: wolność, demokracja, konsumpcja i mediatyzacja. Ta ostatnia właściwość rozumiana jest jako szczególny sposób deformacji, charakterystyczny dla mediów, na poziomie języka przejawiający się w sposobach jego używania. Mediatyzacja wymusza zmiany przyzwyczajęń wyniesione z epoki piśmiennej. Media, a wśród nich Internet, modelują nowe zwyczaje i zachowania językowe. Wprowadzają daleko idące zmiany w tworzeniu i użytkowaniu hipertekstu. Powinny więc znaleźć się w obrębie badań tekstów sieciowych. E. Szczęsna twierdzi:

Internet jest nowym typem działania/myślenia, które inspiruje i ożywia zastaną intertekstualność i dyskursywność, pozwala modelować niezmienne w swej istocie struktury myślenia w powtarzalnym akcie różnicowania. Badanie tekstów sieciowych oznacza rozwój badań semiotycznych, tekstologicznych, medialnych i kulturowych. Służy wreszcie zwiększeniu kompetencji komunikacyjnych odbiorców, co wydaje się szczególnie istotne w sytuacji kształtowania się nowego typu odbiorcy: użytkownika — myślącego skojarzeniowo, domagającego się atrakcji obrazu i dźwięku, myślącego linkowo, bez cierpliwości do weryfikowania nabytej w Internecie wiedzy.

Literatura

- ASKEHAVE I., ELLERUP NIELSEN A., 2005: *Digital genres: a challenge traditional genre theory*. "Information Technology & People", Vol. 18 (2).
- BOLTER J.D., 1997: *Das Internet In der Geschichte der Technologien des Schreibens*. In: *Mythos Internet*. Frankfurt.
- BOLTER J.D., 2008: *Eksploracja obrazów*. W: Gwóźdź A., red.: *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*. Warszawa.
- DELANY P., LANDOW G.P., 2008: *Zarządzanie cyfrowym słowem: tekst w epoce produkcji elektronicznej (fragmenty)*. W: Gwóźdź A., red.: *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*. Warszawa.
- DELEUZE G., GUATTARI F., 1987: *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Minneapolis.
- GWÓDŹ A., 2004: *Technologia widzenia, czyli media w poszukiwaniu autora: Win Wenders*. Kraków.
- GWÓDŹ A., red., 2008: *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*. Warszawa.
- HEIM M., 1993: *Metaphysics of Virtual Reality*. Oxford — New York.
- JAKOBS E.M., 2003: *Hypertextsorten*. „Zeitschrift für germanistische Linguistik”, Heft 31 (2).
- KLUSZCZYŃSKI R.W., 1995: *Kultura audiowizualna wobec interaktywnego wyzwania*. W: KAJEWSKI P., red.: *Media Art. Między wysoką a niską technologią*. Katalog WRO'95. Wrocław.
- LANDOW G.P., 2008: *Hipertekst a teoria krytyczna*. W: Gwóźdź A., red.: *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*. Warszawa.
- MACIEJEWSKI M., 2009: *Gatunki hipertekstu w perspektywie tekstologicznej. Analiza na przykładzie internetowych prezentacji przedsiębiorstw*. Poznań.
- MICZKA T., 2002: *O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych*. Katowice.
- MICZKA T., 2006: *Nowe kompetencje komunikacyjne użytkowników multimedialnych*. W: KIEPAS A., SZCZEPAŃSKI M.S., ŻYDEK-BEDNARCZUK U., red.: *Internet — społeczeństwo informacyjne — kultura*. Tychy.
- NELSON T.H., 1972: *As We Will Think*. In: *From Memex to Hypertext: Vannevar Bush and the Mind's Machine*. Boston [przedruk: 1991].
- REHM G., 2007: *Hypertextsorten: Definition — Struktur — Klassifikation*. Norderstedt.
- SCHRÖDER T., 2003: *Die Handlungsstruktur von Texten. Ein integrativer Beitrag zur Texttheorie*. Tübingen.
- STORRER A., 1999: *Kohärenz in Text und Hypertext*. In: *Text in digitalen Medium. Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertext Engineering*. Opladen.
- SZCZĘSNA E., 2009: *Wprowadzenie do poetyki tekstu sieciowego*. W: ULICKA D., red.: *Tekst (w) sieci. Tekst. Język. Gatunki*. Warszawa.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U., 2005: *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*. Kraków.

Urszula Żydek-Bednarczuk

Hypertext in a linguistic, communicative and cultural perspective

Summary

Hypertext is a new phenomenon in transdisciplinary studies. The aim of the article is to present various methodologies in hypertext studies. The product in question is observed from the point of view of linguistics, making use of the e-text analysis. A comparison of a text and e-text as a component unit of a hypertext allows for distinguishing such text factors common to them, and the ones differentiating the subjects in question. The analysis of a hypertext on a communicative level is methodologically problematic. The article presents theories of a communicative-linguistic activity with the use of interactivity. Similar problems can be observed in the context of cultural studies. New media give rise to the development of new culture. What becomes an important element is reading, writing, and comprehension of media text. Despite many methodological opportunities, a hypertext should be analysed with the use of transdisciplinary methods. The analysis of the University of Silesia websites justifies the study of a hypertext in terms of a multiplicity of methodologies.

Key words: hypertext, linguistic analysis of websites

Urszula Żydek-Bednarczuk

Hypertext vom Standpunkt der Linguistik, der Kommunikation und der Kultur aus

Zusammenfassung

Hypertext ist eine neue Erscheinung in transdisziplinären Forschungen. Im vorliegenden Artikel wird beabsichtigt, verschiedene Methodologie bei Untersuchung des Hypertextes darzustellen. Der Hypertext wird linguistisch gesehen mittels der Analyse des e-Textes untersucht. Der Vergleich von dem Text mit dem e-Text als einem Bestandteil des Hypertextes lässt, gemeinsame und die die untersuchten Objekte differenzierenden Faktoren der Textualität unterscheiden. Die Analyse des Hypertextes auf der Kommunikationsebene bereitet methodologische Schwierigkeiten. Hier werden Theorien der kommunikationssprachlichen Handlung mit Anwendung der Interaktivität untersucht. Auf ähnliche Probleme stößt man auf dem Gebiet der Kulturwissenschaft. Neue Medien geben Anlass für Entstehung der neuen Kultur. Ein wichtiges Element wird Lesen, Schreiben und Verstehen des medialen Textes. Obwohl es mehrere methodologische Möglichkeiten gibt, sollte der Hypertext mit Hilfe der transdisziplinären Methoden untersucht werden, was die Analyse der Webseiten von der Schlesischen Universität bestätigen kann.

Schlüsselwörter: Hypertext, linguistische Analyse der Webseite